

# PERSEPSI DAN FAKTOR PSIKOLOGIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN HUTANG

Supramono  
Nancy Putlia

Program Pascasarjana Magister Manajemen  
Universitas Kristen Satya Wacana  
Jl. Diponegoro No.52-60 Salatiga, 50711

*Abstract: The finance literature supported an increasing role for psychological aspects in the context of financial decision making. This paper explored perception of the owner and psychological aspects related to debt assource of fund. Samples were the owner of industry of fermented soybean cake in Salatiga. The result of this study showed that the owner had perception that debt was as stimulator. It meant debt encouraged the owner more professional in financial management, work better, more productive and discipline. The study also documented that overconfidence, illusion of control and availability played important role in the debt decision.*

*Key words: overconfidence, illusion of control and availability*

Dari sebanyak 210 juta rakyat Indonesia, 80.933.384 orang bergantung pada berbagai usaha berskala mikro dan kecil yang berjumlah 47.102.744 unit usaha dalam mencari nafkah, atau sama dengan 96% dari total penyerapan tenaga kerja (Kompas 29 Februari 2007), dan berdasar data BPS 2006 jumlah pengusaha mikro di Jawa Tengah 85,57% dan kecil 13,76% dari 3.658.814 unit usaha yang ada. Oleh karena itu tidak salah jika usaha mikro dan kecil menjadi tulang punggung perkembangan ekonomi Indonesia.

Beberapa karakteristik usaha mikro dan kecil termasuk adalah tidak berbadan hukum, bersifat fluktuatif baik dari segi omzet maupun tenaga kerja,

hanya menggunakan teknologi sederhana, dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan, serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya (Hastuti, 2003 dan Kuncoro, 2000). Sementara Gibson (2001) menegaskan bahwa pandangan pribadi pemilik secara langsung akan mempengaruhi keputusan bisnis yang dibuat. Hasil penelitian Darmawan (2005) menunjukkan keberhasilan pengembangan usaha dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal perusahaan, permasalahan internal yang paling dominan dihadapi adalah keterbatasan sumber pendanaan. Reid (1997) mengungkapkan bahwa sumber

pendanaan yang berasal hutang dan injeksi keuangan dari pemilik sama-sama memiliki efek yang signifikan bagi keberlanjutan usaha. Menurut Gibson (2007), hubungan antara sumber pendanaan yang berasal dari modal sendiri dan hutang pada usaha mikro dan kecil yang dimiliki perseorangan seringkali bersifat kompleks karena aset pemilik digunakan sebagai jaminan hutang, pemilik menghadapi risiko untuk *return* yang belum pasti.

Selama ini masih relatif sedikit yang menggunakan hutang baik dari lembaga keuangan baik bank maupun nonbank sebagai sumber pendanaan. Berdasarkan hasil penelitian Kementerian KUKM dengan BPS (2003) bahwa hanya 17,5% pengusaha yang memanfaatkan perbankan untuk tambahan modalnya. Preferensi seseorang pengusaha usaha mikro dan kecil untuk menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan kemungkinan tidak terlepas dari persepsi pengusaha mengenai manfaat dan risiko dari hutang dan faktor psikologis seperti optimis dan percaya diri yang berlebihan pengusaha yang bersangkutan. Namun Nofsinger (2005) dan Stanovich & West (1999) mengingatkan bahwa faktor psikologis sering menyebabkan bias dalam pengambilan keputusan keuangan termasuk hutang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi para pengusaha terhadap hutang apakah cenderung sebagai stimulator atau beban; dan apakah faktor psikologis berperan dalam pengambilan keputusan hutang.

---

## FAKTOR PSIKOLOGIS DAN BIAS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN HUTANG

---

Hutang dapat dipersepsikan positif yakni sebagai stimulator bagi perkembangan usaha, sebaliknya dapat dipersepsikan negatif jika seorang

pengusaha beranggapan keberadaan hutang hanya akan menjadi beban bagi perkembangan usaha. Hutang menjadi stimulator bagi perkembangan usaha secara *financial* berarti hutang tersebut bagi pengusaha akan memberikan dukungan modal kerja, investasi dan pada gilirannya mampu berkontribusi dalam penciptaan laba. Secara *non-financial* hutang menjadi stimulator bagi perkembangan usaha apabila dengan hutang tersebut membuat pengusaha menjadi lebih produktif dan disiplin. Jika hutang dipersepsikan menjadi beban secara *financial* apabila angsuran dan suku bunga dari hutang tersebut memperberat keuangan perusahaan dan secara *non-financial* merasa pengusaha menjadi tertekan karena memiliki tanggungan hutang. Dengan demikian seorang pengusaha yang berpandangan hutang sebagai beban maka akan cenderung menghindari hutang menjadi sumber pendanaan.

Preferensi terhadap hutang sebagai sumber pendanaan juga dianalisis melalui pendekatan keuangan berbasis perilaku (*behavioral finance*) yang menekankan bahwa seseorang sering berperilaku aneh atau tidak rasional jika membuat keputusan yang melibatkan uang karena faktor psikologis lebih berperan dalam pengambilan keputusan keuangan (Hirschey & Nofsinger, 2008). Keputusan yang lebih didominasi oleh faktor psikologis akan mengarah pada hasil keputusan yang bias karena faktor rasa yang ada pada diri seseorang melebihi pertimbangan faktor rasio. Nofsinger (2005) mengelompokkan tiga sumber bias. Pertama, *self deception*, terjadi karena seseorang cenderung berpikir bahwa yang bersangkutan memiliki kemampuan lebih tinggi daripada yang sesungguhnya sehingga seseorang berperilaku *overconfidence*. Kedua, *heuristics simplification*, terjadi karena adanya keterbatasan kemampuan kognitif maka seseorang akan menggunakan jalan pintas dalam mengolah informasi. Ketiga, suasana hati (*mood*).

Preferensi risiko seseorang apakah *risk averse* atau *risk taker* juga mempengaruhi pilihan hutang untuk pendanaan. Secara psikologis kerugian memiliki dampak lebih dalam daripada keuntungan sehingga akan cenderung *risk averse* menghindari untuk menghindari kerugian akibat hutang. Preferensi risiko dapat bergeser berdasarkan kondisi yang dihadapi oleh seseorang. Pada saat menghadapi keuntungan seseorang akan cenderung *risk-averse* dan pada saat menghadapi kerugian cenderung *risk-taker* atau *aversion to loss* sehingga pengusaha akan semakin berani mengambil hutang pada saat mengalami kerugian. Selain itu, preferensi tersebut dapat berubah tergantung bagaimana cara informasi disajikan

atau dikenal dengan *framing*. Seseorang yang diberikan informasi yang positif akan semakin berani mengambil risiko (Knutson & Bossaerts, 2007). Statman (1995), Kahneman & Riepe (1998) Kircher, Maciejovsky & Weber, (2005) telah melakukan eksperimen menguji konsep *framing* untuk kepentingan keputusan keuangan, yang menunjukkan hasil adanya kecenderungan penyajian informasi positif dan negatif berdampak pilihan alternatif keputusan. Secara lebih rinci Shefrin (2007) mengidentifikasi berbagai faktor psikologis atau disebutnya fenomena psikologis yang terbagi kedalam tiga kategori meliputi *bias heuristic*, dan *framing effect*.

Tabel 1. Faktor Psikologis dalam Pengambilan Keputusan Keuangan

Faktor Psikologis	Definisi
<i>Bias</i>	Kecenderungan membuat kesalahan.
<i>Excessive optimism</i>	Seseorang cenderung overestimate akan memperoleh keberhasilan dan underestimate akan mengalami kegagalan.
<i>Overconfidence</i>	Seseorang yakin bahwa dirinya memiliki kemampuan dan pengetahuan di atas rata-rata.
<i>Confirmation bias</i>	Seseorang cenderung lebih mempedulikan informasi atau pandangan yang sejalan dengan pandangannya daripada yang bertentangan
<i>Illusion of control</i>	Seseorang merasa yakin mampu mengendalikan atau mempengaruhi hasil suatu keputusan, padahal dalam kenyataan tidak demikian.
<i>Heuristic</i>	<i>Rule of thumb</i> digunakan sebagai dasar pijakan untuk membuat keputusan.
<i>Representativeness</i>	Seseorang membuat keputusan berdasarkan pemikiran stereotip atau analogi. Misalnya membuat estimasi berdasarkan kinerja masa lalu, atau sesuatu yang mirip
<i>Availability</i>	Seseorang lebih mengandalkan informasi yang tersedia pada saat pengambilan keputusan.
<i>Anchoring and adjustment</i>	Seseorang dalam membuat prediksi diawali dengan angka tertentu sebagai referensi dan kemudian melakukan penyesuaian. Tetapi cenderung tidak mampu membuat penyesuaian secara memadai.
<i>Affect</i>	Seseorang dalam membuat keputusan banyak dipengaruhi oleh faktor intuisi dan perasaan
<i>Framming effect</i>	Keputusan yang diambil oleh seseorang dipengaruhi oleh bagaimana pilihan keputusan itu disajikan
<i>Loss aversion</i>	Jika alternatif keputusan disajikan dalam bentuk pilihan potensi rugi atau untung, seseorang cenderung akan <i>risk averse</i> karena kerugian secara psikologis berdampak lebih besar daripada keuntungan. Menghindari kerugian akan mengarah menghindari risiko.
<i>Aversion to a sure loss</i>	Seseorang yang memandang dirinya sedang dalam posisi mengalami kerugian cenderung memilih untuk menerima keputusan berisiko tinggi ( <i>risk take</i> ).

Sumber: Shefrin Hers, Behavioral Corporate Finance: Decision that Create Value, McGrWall-Hill/Irwin, 2007.

Beberapa penelitian keuangan berbasis perilaku selama ini lebih diarahkan untuk menganalisis kaitan faktor psikologis tertentu dengan keputusan investasi dan pendanaan, misalnya *Boys Will be Boys: Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment* (Barber & Odean, 2001); *Capital Budgeting in The Presence of Managerial Overconfidence and Optimism* (Gervais, Heaton & Odean, 2003); *Framing Effect, Selective Information and Market Behavior* (Kicher, Maciejovsky & Weber, 2005); *Risk Aversion and Personality* (Filbeck, Hatfield & Horvath, 2005); *The Demographics of Overconfidence* (Bhandari & Daves, 2006); *Managerial Overoptimism and the Choice Between Debt and Equity Financing* (Gombola & Marciukaityte, 2007); *Ambiguity Aversion and Illusion of Control* (Grou & Tabak, 2008); dan *Illusion of Control Source of Poor Diversification* (Fellner, 2009).

---

## METODE

---

Data diperoleh melalui pembagian kuesioner dan wawancara selama bulan Desember 2008 kepada pengusaha skala mikro dan kecil yang bergerak di industri tempe di Kota Salatiga, yang selama ini sudah memiliki pengalaman melakukan pengambilan keputusan hutang. Berdasarkan informasi dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga, terdapat 76 pengusaha. Namun yang bersedia menjadi responden selama dilakukan penelitian lapangan adalah sebanyak 49 pengusaha.

Daftar pertanyaan untuk mengetahui apakah para pengusaha cenderung sebagai stimulator atau beban, dimana masing-masing didasarkan pada lima buah indikator. Untuk stimulator indikatornya terdiri dari; dukungan keuangan, produktif dan disiplin, manfaat hutang lebih besar

daripada risiko, dipercaya orang lain, hati-hati dalam pengelolaan dan penggunaan uang perusahaan. Sedangkan beban; suku bunga memperberat keuangan perusahaan, perasaan tertekan, kebebasan menggunakan pendapatan berkurang, kinerja kurang baik, beban psikologis ketika pasaran lesu, dan ketidakpastian pendanaan di masa yang akan datang. Selanjutnya untuk mendeteksi apakah diantara 10 faktor psikologis berperan dalam pengambilan keputusan hutang, digunakan 30 indikator yang merupakan operasionalisasi dari konsep faktor psikologis yang dikemukakan oleh Sefrin (2007). Masing-masing jenis faktor psikologis berserta indikatornya sebagai berikut; (1) *excessive optimism*: yakin prospek perusahaan baik, yakin manfaat hutang, tidak terlalu memikirkan risiko hutang, (2) *overconfidence*: kemampuan melunasi hutang, kemampuan menanggung beban bunga, percaya mampu melunasi sesuai dengan jangka waktu pengembalian yang telah ditetapkan, (3) *confirmation bias*: pencarian informasi yang menguatkan pendapat, memegang teguh pendapat diri sendiri, dan tidak mendengarkan orang lain yang tidak sepaham, (4) *illusion of control*, terlibat dan menentukan pilihan secara aktif, familiar terhadap hutang, memiliki informasi hutang yang cukup. (5) *representativeness*: hutang adalah hal yang negatif, hutang adalah hal yang berisiko, hutang adalah pilihan terakhir jika membutuhkan dana, (6) *availability*: pencarian informasi mengenai hutang ke banyak pihak, mendasarkan diri pada informasi yang lebih tersedia, langsung menjatuhkan pilihan pada pihak yang dikenal, (7) *anchoring*: keyakinan usahanya akan berjalan seperti biasanya, pendapatan usahanya ke depan tidak banyak mengalami perubahan, tidak melakukan penyesuaian kemampuan menanggung hutang, (8) *affect*: intuisi, yakin sukses, tidak memikirkan peluang kesuksesan, (9) *loss aversion*: secara psi-

kologiskerugian berdampak lebih besar daripada keuntungan, menghindari kerugian, enggan menerima risiko dan (10) *aversion to a sure loss* dalam keadaan rugi mengambil investasi berisiko tinggi, mengabaikan kerugian yang sudah pasti untuk mendapatkan keuntungan yang besar, siap menghadapi mengalami kerugian yang lebih besar.

Adapun alternatif jawabannya menggunakan *likert scale* dengan skor 1 sampai dengan 5. Untuk kepentingan analisis digunakan nilai *mean* skor yang diklasifikasikan kedalam lima kategori; 1-1,80 (Sangat tidak setuju), 1,81 – 2,60 (Tidak setuju), 2,61-3,40 (Kurang setuju), 3,41 – 4,20 (Setuju) dan 4,21 – 5,00 (Sangat setuju). Selain itu juga memanfaatkan *chi square* untuk menguji apakah terdapat interdependensi antara faktor demografis responden dengan persepsi hutang dan faktor psikologis.

## HASIL

Jumlah pengusaha pria dan wanita yang menjadi responden adalah berimbang masing 24 dan 25 pengusaha. Sebagian besar pengusaha (57,1%) memiliki latar belakang pendidikan hanya sampai tingkat SD. Namun sebanyak 63,8% dari keseluruhan responden memiliki pengalaman yang lama karena sudah menggeluti usaha tempa berkisar di atas 10 tahun. Tabel 2 menunjukkan bahwa selama ini jika membutuhkan tambahan dana para pengusaha memprioritaskan hutang (44,9%) daripada laba dan modal sendiri. Dari 29 responden yang mau menjawab prioritas kedua sumber pendanaan, sebagian besar memilih modal sendiri dan laba. Perlu diketahui bahwa relatif banyak juga yang menempatkan hutang sebagai alternatif terakhir sebagai sumber pendanaan (34,69%).

Tabel 2. Prioritas Sumber Pendanaan

Sumber Dana	Prioritas *					
	Pertama		Kedua		Ketiga	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Modal Sendiri	13	26,53	11	22,45	1	2,04
Laba	14	28,57	11	22,45	0	0
Hutang	22	44,90	7	14,29	17	34,69
Total	49	100	29	59,19 **	18	36,73

Sumber: Data primer, 2009

Keterangan: \*) Tidak semua responden menjawab sumber pendanaan yang menjadi prioritas kedua dan ketiga

\*\*) prosentase dari keseluruhan responden yang berjumlah 49 orang

Dari hasil penelitian yang terungkap pada tabel 3 memberi gambaran bahwa dalam pengambilan keputusan hutang para pengusaha mempertimbangkan berbagai faktor dan nampaknya sebagian besar pengusaha (46,94%) menempatkan besarnya angsuran menjadi pertimbangan

yang sangat penting sebelum memutuskan berapa besaran hutang yang akan diambil dan darimana sumber hutang tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa para pengusaha sebenarnya cukup rasional karena telah mengukur kemampuan keuangannya. Namun besar-kecilnya ang-

suran belum tentu dapat dijadikan indikator bahwa para pengusaha sudah mendapatkan sumber pendanaan yang murah, masih harus dilihat frekuensi angsuran dan jangka waktu pelunasan angsuran. Di samping itu, potensi usaha yang dikelolanya memperoleh keuntungan di masa datang dan keringanan beban bunga yang harus dibayar juga turut diperhitungkan dalam keputusan hutang.

Keberadaan hutang dapat dipandang dari dua sisi yaitu sisi positif karena dapat menjadi

stimulator dan sisi negatif karena menjadi beban bagi pengusaha. Seperti yang ditunjukkan oleh Panel A dari Tabel 4, ternyata rata-rata skor persepsi pengusaha terhadap hutang berpotensi sebagai stimulator relatif tinggi yaitu berkisar antara 3,24 – 4,18. Sejalan dengan hasil tersebut maka sebagian besar pengusaha juga cenderung kurang setuju bahwa hutang sebagai beban. Panel B dari Tabel 4 melaporkan rata-rata skor persepsi bahwa hutang berpotensi sebagai beban ternyata relatif rendah berkisar antara 2,61 – 2,96.

Tabel 3. Faktor-Faktor yang Menjadi Prioritas Pertimbangan dalam Pengambilan Keputusan Hutang

Faktor yang Menjadi Pertimbangan	Prioritas *)					
	Pertama		Kedua		Ketiga	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Suku bunga	6	12,25	9	18,37		
Agunan	4	8,16	2	4,08	2	4,08
Angsuran	23	46,94	7	14,29	2	4,08
Reputasi pemberi hutang	3	6,12	3	6,12		
Prospek laba	11	22,45	3	6,12		
Keperluan	2	4,08				
Total	49	100	24	48,98 **	4	8,16

Sumber : Data primer, 2009

Keterangan : \*) Tidak semua responden menjawab sumber pendanaan yang menjadi prioritas kedua dan ketiga

\*\*) prosentase dari keseluruhan responden yang berjumlah 49 orang

Tabel 4. Urutan Indikator Persepsi Hutang

Indikator Persepsi Hutang	Min	Maks	Rata-Rata	Std. Dev
Panel A. Stimulator				
Dukungan keuangan	2	5	3,84	0,688
Produktif dan disiplin	2	5	3,86	0,791
Manfaat hutang lebih besar daripada risiko	1	4	3,24	0,879
Dipercaya orang lain	3	5	4,14	0,540
Hati-hati dalam pengelolaan dan penggunaan uang	2	5	4,18	0,697
Panel B. Beban				
Suku bunga memperberat keuangan usaha yang dikelolanya	1	5	2,92	0,954
Perasaan tertekan, kebebasan menggunakan pendapatan berkurang	2	5	2,96	0,957
Kinerja usaha menjadi kurang baik	1	4	2,78	0,823
Beban psikologis jika pasar lesu	2	5	2,69	1,004
Ketidakpastian pendanaan di masa yang akan datang	1	5	2,61	1,077

Sumber: Data primer, 2009

Selanjutnya ditelusuri apakah ada terdapat perbedaan persepsi pengusaha mengenai hutang berdasarkan faktor demografis pengusaha yang bersangkutan. Tabel 5 menunjukkan bahwa faktor demografi yang signifikan adalah usia dan pengalaman usaha masing-masing memiliki nilai signifikansi 0,000 dan 0,016 lebih kecil dari 0,05. Pengusaha yang relatif muda dan kurang berpengalaman ternyata cenderung menganggap hutang sebagai stimulator bagi pengembangan usahanya.

Tabel 5. Uji *Chi Square* Faktor Demografi dengan Persepsi Hutang

Latar Belakang Responden	Stimulator
	Pearson Chi-Square Asymp. Sig (2-sided)
Jenis Kelamin	0,104
Pendidikan Terakhir	0,269
Usia	0,000
Pengalaman Usaha	0,016
Modal Awal	0,104
Modal Sekarang	0,118

Sumber: Data primer, 2009

Dari hasil penelitian lapangan juga terungkap bahwa sebanyak 21 orang (42,9%) merasa

pernah membuat keputusan hutang yang tidak tepat. Tabel. 6 menunjukkan bahwa suku bunga yang terlalu tinggi menjadi hal yang paling banyak (37,5%) membuat responden merasa keputusan hutangnya tidak tepat. Pada saat mengambil keputusan hutangnya para responden telah yakin bahwa bunga yang ditetapkan oleh sumber hutang yang dipilihnya seperti koperasi simpan pinjam adalah cukup rendah dibandingkan dengan sumber hutang lain yang diketahuinya, namun pada kenyataannya masih terdapat sumber hutang lain yang memiliki bunga lebih rendah. Hal kedua yang menjadi penyebab ketidaktepatan keputusan hutang adalah di mana hutang yang diambil tersebut tidak sesuai dengan keperluan semula antara lain untuk kepentingan pembelian bahan baku dan peralatan tetapi kemudian untuk kepentingan keluarga sehingga tidak produktif. Selain itu, kurang cermat dalam memperhitungkan kemampuan mengangsur sehingga tidak mengherankan jika sebagian responden merasa angsuran pinjamannya memberatkan karena ternyata tidak sesuai dengan penghasilan yang diperolehnya.

Perlu dicermati apakah faktor psikologis lebih berperan dalam pengambilan keputusan hutang di kalangan pengusaha. Hasil penelitian sebagaimana dilaporkan pada Tabel.7 memberi bukti empirik bahwa terdapat tiga dari 10 faktor

Tabel 6. Ketidaktepatan Pengambilan Keputusan Hutang

Penyebab Ketidaktepatan Keputusan Hutang	Jumlah Responden *)	Persentase (%)
Suku bunga terlalu tinggi	9	37,5
Jangka waktu angsuran tidak tepat	3	12,5
Angsuran tidak sesuai dengan penghasilan	5	20,83
Tidak sesuai dengan keperluan semula	7	29,17
Total	24	100

Sumber: Data primer, 2009

Keterangan: \*) Jawaban responden bisa lebih dari satu

psikologis meliputi *overconfidence* (nilai *mean*=3,88), *illusion of control* (nilai *mean*= 3,67) dan *availability* (nilai *mean* =3,50) yang memiliki rata-rata skor tertinggi sehingga ketiga faktor psikologis tersebut cenderung dominan mempengaruhi keputusan hutang.

Tabel 7. Faktor Psikologis yang Berperan dalam Pengambilan Keputusan Hutang

Aspek Psikologis	Min	Maks	Rata-Rata	Std. Dev	Urutan
<i>Excessive optimism</i>	1	5	3,27	1,049	5
<i>Overconfidence</i>	2	5	3,88	0,691	1
<i>Confirmation bias</i>	1	5	2,98	1,030	8
<i>Illusion of control</i>	1	5	3,67	0,878	2
<i>Representativeness</i>	1	5	3,32	1,066	4
<i>Availability</i>	2	5	3,50	0,863	3
<i>Anchoring and adjustment</i>	1	5	3,01	1,010	7
<i>Affect</i>	1	5	2,98	0,968	8
<i>Loss Aversion</i>	1	5	2,87	1,093	9
<i>Aversion to a sure loss</i>	1	5	3,14	1,104	6

Sumber: Data primer, 2009

Pertanyaan lebih lanjut apakah ketiga faktor psikologis yang dominan tersebut memiliki dependensi dengan faktor demografis pengusaha. Tabel 8 memperlihatkan hasil uji *Chi Square* bahwa hampir semua faktor demografis adalah signifikan (nilai Signifikansi < 0,05) Dengan demikian terdapat keterkaitan antara tingkat *overconfidence*, *illusion of control* dan *availability* dengan jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia, pengalaman usaha, dan modal usaha. Berdasarkan penelusuran data empirik diperoleh indikasi bahwa pengusaha dengan jenis kelamin pria, tingkat pendidikan yang relatif rendah dan relatif ber-

pengalaman cenderung memiliki *overconfidence* dan *illusion of control* yang tinggi

## PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa para pengusaha UKM yang bergerak dalam industri rumah tangga tempe memiliki persepsi yang positif terhadap keberadaan hutang sebagai sumber pendanaan. Hutang akan cenderung menjadi stimulator daripada beban. Hutang dipersepsikan

Tabel 8. Uji *Chi Square* Faktor Demografis dengan Faktor Psikologis dalam Pengambilan Keputusan Hutang

Latar Belakang Responden	<i>Overconfidence</i>	<i>Illusion of Control</i>	<i>Availability</i>
	Pearson Chi-Square Asymp. Sig (2-sided)	Pearson Chi-Square Asymp. Sig (2-sided)	Pearson Chi-Square Asymp. Sig (2-sided)
Jenis Kelamin	0,000	0,089	0,003
Pendidikan Terakhir	0,050	0,043	0,390
Usia	0,000	0,210	0,000
Pengalaman Usaha	0,000	0,009	0,000
Modal Sekarang	0,016	0,933	0,025



oleh pengusaha dapat digunakan untuk memacu dirinya agar bekerja lebih produktif dan lebih disiplin mengingat memiliki kewajiban membayar hutang tersebut. Para pengusaha juga beranggapan bahwa dengan memiliki hutang merasa lebih dihargai karena memperoleh hutang berarti dipercaya oleh orang lain. Oleh karenanya para pengusaha berusaha untuk menjaga kepercayaan tersebut. Selain itu, hutang selama ini akan membuat pengusaha menjadi lebih berhati-hati dalam melakukan pengelolaan keuangannya antara lain dengan memisahkan keuangan untuk kepentingan usaha dan keluarga, berusaha membayar angsuran secara teratur.

Dari beberapa pertanyaan yang diajukan kepada para pengusaha antara lain terungkap bahwa sebagian besar pengusaha kurang sependapat jika dengan adanya hutang menimbulkan beban psikologis yang semakin berat, terutama ketika target penjualan perusahaan tidak tercapai atau pada waktu pasar mengalami kelesuan. Para pengusaha industri rumah tangga tempe menganggap ramai atau lesunya pasaran sebagai hal biasa yang wajar terjadi dan sebagai pengusaha harus siap menghadapi hal tersebut. Bahkan pengusaha menganggap bahwa usaha yang memiliki hutang tidak mengakibatkan kinerjanya kurang baik tetapi kemungkinan sebaliknya. UKM seringkali menghadapi keterbatasan sumber pendanaan internal, yang terpenting bagaimana hutang tersebut dikelola sebaiknya mungkin sehingga membuat kinerja perusahaan semakin baik, karena adanya hutang. Hal ini sejalan dengan pandangan Champion (1999) yang menyatakan bahwa penggunaan hutang merupakan salah cara yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja.

Namun terdapat perbedaan persepsi mengenai hutang secara signifikan apakah sebagai stimulator atau beban berdasarkan faktor demografi terutama usia dan pengalaman. Pengu-

saha muda dan belum banyak pengalaman ternyata cenderung lebih berani menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan. Hal ini dapat dimengerti bahwa kelompok pengusaha dengan karakteristik tersebut biasanya akan cenderung kurang memerhatikan risiko dari hutang sehingga lebih berani memanfaatkan hutang sebagai penggerak usaha.

Menurut pendekatan keuangan berbasis perilaku (*behavioral finance*) yang dipelopori antara lain oleh Daniel Kahneman (Princeton), Meir Statman (Santa Clara), Richard Thaler (Chicago), Robert J. Shiller (Yale) dan Amos Tversky (Stanford) jika seseorang para pengusaha mengandalkan faktor psikologismaka pengusaha yang bersangkutan akan cenderung tidak rasional dalam membuat keputusan hutang sehingga menghasilkan keputusan yang bias atau tidak tepat. Berdasarkan klasifikasi faktor psikologis yang dikemukakan oleh Shefrin (2007), hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat tiga faktor psikologis yang dominan berperan dalam pengambilan keputusan hutang di kalangan pengusaha UKM yaitu *overconfidence*, *illusion of control* dan *availability*.

Urutan pertama adalah *overconfidence*. Bhandari & Deaves (2006) menyatakan bahwa kebanyakan orang adalah *overconfidence* yaitu memiliki kecenderungan untuk begitu yakin terhadap pengetahuan, kemampuan dan akurasi informasi yang dimilikinya. Dalam pengambilan keputusan hutang para pengusaha industri tempe sangat yakin terhadap kemampuannya untuk melunasi dan menanggung bunga yang dibebankan sesuai jangka waktu yang telah ditetapkan. Hal ini dilandasi dengan keyakinan bahwa para pengusaha akan mampu mengelola hutang dengan baik dan kinerja usahanya yang akan mengalami perkembangan. Padahal sebagaimana telah diungkapkan sebelumnya sebanyak 21 orang (42,9%) menyadari pernah membuat kepu-

tusan hutang yang tidak tepat dan berdampak kurang baik bagi perkembangan kinerja usaha. Seorang pengusaha yang *overconfidence* menjadi sangat berani mengambil keputusan hutang yang memiliki tingkat risiko tinggi, bahkan dapat mengarah gagal bayar.

Urutan kedua adalah *illusion of control*. Para pengusaha merasa mampu mengendalikan hasil dari keputusan yang diambilnya. Padahal kenyataannya tidak demikian sebagian besar hasil keputusan apakah mendatangkan keuntungan atau kerugian adalah di luar kendali pengambil keputusan. Taylor & Brown (1998) mengungkapkan *illusion of control* merupakan persepsi yang tidak realistis atas suatu peristiwa. Ada kemungkinan pengusaha industri rumah tangga tersebut merasa sudah familiar dengan hutang karena telah sering melakukan pengambilan keputusan hutang (*task familiarity*), menentukan sendiri pilihan hutangnya (*choice*) dan merasa memiliki informasi yang memadai (*information*). Hal ini dapat mengarah pada bias dalam pengambilan keputusan hutang karena pengusaha bersangkutan merasa mampu melakukan pengelolaan hutang dengan baik, padahal kenyataannya tidak demikian. Faktor psikologis urutan ketiga yang berperan dalam pengambilan keputusan hutang adalah *availability*. Menurut Dreman (2000) *availability* merupakan salah satu bentuk kesalahan *hueristic*, dimana pengambil keputusan lebih mengandalkan apa yang diingatnya. Sejalan dengan pandangan tersebut, hasil penelitian terhadap tiga indikator *availability* menunjukkan bahwa para pengusaha nampaknya memiliki kecenderungan tidak mau bersusah payah mencari informasi ke banyak pihak untuk membandingkan sumber pendanaan yang murah, keputusan hutang yang dibuat lebih bersifat spontan dan terpaku pada sumber pendanaan yang telah dikenalnya saja karena merasa lebih percaya, aman dan nyaman.

Kecuali faktor *overconfidence*, penelitian sebelumnya belum banyak melakukan pengujian apakah aspek psikologis memiliki keterkaitan dengan faktor demografi. Dari hasil uji statistik ternyata memperlihatkan bahwa ketiga aspek psikologis di atas memiliki keterkaitan dengan faktor demografi tertentu. Pengusaha pria, dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah dan relatif berpengalaman akan cenderung memiliki *overconfidence*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ludenberg, Fox & Puncohar (1994). Sementara Beyer & Bowden (1997) memberi bukti empirik bahwa memang wanita memiliki tingkat *overconfidence* yang relatif rendah dibandingkan pria dan cenderung *risk averse*. Namun yang menjadi tanda tanya adalah mengapa pengusaha dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah cenderung *overconfidence*. Hasil ini juga bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Bhandari & Daves (2006) yang menemukan bahwa laki-laki yang berpendidikan tinggi lebih *overconfidence*. Faktor demografi yang membedakan tingkat *illusion of control* menunjukkan hasil yang paralel dengan *overconfidence*. Hal ini dapat dipahami karena *illusion of control* merupakan salah satu sumber terjadinya *overconfidence* (Nofsinger, 2005). Seseorang yang memiliki *illusion of control* yang tinggi akan cenderung memiliki *overconfidence* yang tinggi pula.

---

## KESIMPULAN DAN SARAN

---

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi para pengusaha mengenai hutang apakah cenderung sebagai stimulator atau beban; dan apakah aspek psikologis turut berperan dalam pengambilan keputusan hutang. Hasil analisis

dan pembahasan memperlihatkan bahwa sebagian besar cenderung beranggapan bahwa keberadaan hutang sebagai sumber pendanaan lebih merupakan stimulator bagi pengusaha untuk memajukan usahanya karena akan memacu untuk bekerja lebih produktif dan disiplin. Selain itu, dengan adanya hutang para pengusaha lebih berhati-hati dalam melakukan pengelolaan keuangan dan merasa lebih dihargai karena dipercaya oleh orang lain.

Pengusaha UKM mengakui pernah membuat keputusan hutang yang tidak tepat. Hal ini tidak dilepaskan adanya aspek psikologis yang turut berperan dalam proses pengambilan keputusan. Aspek psikologis yang dominan adalah *overconfidence*, *illusion of control*, dan *availability*. Ketiga aspek psikologis tersebut dapat membawa dampak pengusaha dalam keputusan sering mengedepankan faktor emosional daripada kalkulasi ekonomi sehingga menghasilkan keputusan yang bias. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa adanya perbedaan tingkat *overconfidence*, *illusion of control*, dan *availability* berdasarkan faktor demografi seperti gender, pengalaman dan pendidikan.

### Saran

Bagi pengusaha UKM hendaknya hutang bukan sesuatu yang perlu dihindari karena menimbulkan beban, tetapi sebaliknya dapat dijadikan alternatif pendanaan untuk meningkatkan kinerja usahanya. Selain itu keberadaan hutang dapat digunakan sebagai instrumen untuk meningkatkan etos kerja di kalangan pengusaha itu sendiri karena dengan memiliki hutang seharusnya para pengusaha akan termotivasi bekerja lebih giat.

Pengusaha harus meminimalkan bias (*debiasing*) dalam pengambilan keputusan hutang yang akan merugikan usahanya karena pengusaha yang bersangkutan memiliki *overconfidence* dan *il-*

*lusion of control* yang tinggi. Caranya pengusaha UKM hendaknya tidak hanya mengandalkan pengalaman berhutang selama ini, apalagi sebagian besar memiliki tingkat pendidikan yang relatif rendah maka para pengusaha harus tetap mau mencari informasi dan mendengar saran orang lain yang sekiranya mampu memberi pandangan yang obyektif keuntungan dan kerugian berbagai alternatif sumber hutang yang sesuai dengan kebutuhan usahanya. Dengan demikian, para pengusaha akan mampu memperoleh pendanaan yang murah dan risiko kegagalan usaha karena adanya tambahan hutang, dapat dihindari.

Penelitian persepsi mengenai hutang ini bersifat eksploratif maka masih sangat terbuka untuk diteliti ulang dengan cara antara lain; (a) melibatkan sampel yang lebih besar dan jenis industri yang lebih bervariasi, (b) menggunakan instrumen yang berbeda atau (c) menggunakan metode eksperimen. Selain itu dapat menguji kaitan antara persepsi hutang dengan faktor psikologitertentu, misalnya *overconfidence* dan *illusion of control*.

---

### DAFTAR PUSTAKA

---

- Barber, B. M. & Odean, T. 2001. Boys Will Be Boys Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment. *Quarterly Journal of Economics*, pp. 261-292.
- Beyer, S & Bowden, E. 1997. Gender Differences in Self-perceptions Convergent Evidence From Three Measures of Accuracy and Bias. *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 23, pp. 157-172.
- Bhandari, G. R. & Deaves. 2006. The Demographics of Overconfidence. *The Journal of Behavioral Finance*, Vol. 7, pp. 5-11.
- Champion, D. 1999. Finance: The Joy of Leverage. *Harvard Business Review*, Vol. 77, pp. 19-22.

- Darmawan. 2005. Faktor-Faktor yang Dapat Menentukan Keberhasilan Usaha Industri Mikro, Kecil dan Menengah Sektor Kerajinan di Kotamadya Yogyakarta. *Tesis* Pascasarjana Universitas Indonesia.
- Dreman, D. 2000. The Old Psychology Behind "New Metric". *The Journal of Psychology and Financial Market*, Vol.1, pp.158-160.
- Fellner, G. 2009. Illusion of Control as a Source of Poor Diversification: Experimental Evidence. *Journal of Behavioral Finance*, Vol.10, pp.55-67.
- Filbeck, G., Hatfield, P., & Horvath, P. 2005. Risk Aversion and Personality Type. *Journal of Behavioral Finance*, Vol.6, pp.170-180.
- Gervais, S., Heaton, J.B., & Odean, T. 2003. Capital Budgeting in the Presence of Managerial Overconfidence and Optimism. *Working Paper*. The Wharton School.
- Gibson, B. 2001. Definition of Small Business. *Final Report*. The University of New Castle, 5, April.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Accounting Standards and Small Firm Debt and Equity: An International Research Agenda*. Australia: Murdoch Business School.
- Gombola, M. & Marciukaityte, D. 2007. Managerial Overoptimism and The Choice Between Debt and Equity Financing. *Journal of Behavioral Finance*, Vol.8, pp.225-235.
- Grou, B. & Tabak, B.M. 2008. Ambiguity Aversion and Illusion of Control: Experimental Evidence in an Emerging Market. *Journal of Behavioral Finance*, Vol.9, pp.22-29.
- Hastuti. 2003. *Upaya Penguatan Usaha Mikro dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perempuan (Sukabumi, Bantul, Kebumen, Padang, Surabaya, Makassar)*. Jakarta: Lembaga Penelitian Smeru.
- Hirschey, D. & Nofsinger, J. 2008. *Investments Analysis and Behavior*. Boston: Mc-Graw-Hill, Irwin.
- Kahneman, D. & Riepe, M.W. 1998. Aspects of Investor Psychology. *Journal of Portfolio Management*, Vol.24, pp.52-65.
- Kicher, E., Madejovsky & Weber, M.F. 2005. Effect, Selective Information, and Market Behavior: An Experimental Analysis. *The Journal of Behavioral Finance*, Vol.6, pp.90-100.
- Knutson, B. & Bossaerts, P. 2007. Neural Antecedents of Financial Decisions. *The Journal of Neuroscience*, Vol.31, pp.8174-8177.
- Kuncoro, M. 2000. Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan. *Makalah Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil di Indonesia*. STIE Yogyakarta.
- Lundeberg, M. A., Fox, P.W., & Puncchohar, J. 1994. Highly Confident But Wrong: Gender Differences and Similarities in Confidence Judgments. *Journal of Educational Psychology*, pp.114-121.
- Nofsinger, J. R. 2005. *The Psychology of Investing*. Second Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Reid, G. 1997. *Small Firm's Actions and Their Survival Probabilities* CRIEFF, Department of Economic, University of St. Andrews.
- Shefrin, H. 2007. *Behavioral Corporate Finance: Decision that Create Value*. McGraw-Hill/Irwin.
- Stanovich, K. E. 2003. The Fundamental Computational Biases of Human Cognition: Heuristics that (Sometimes) Impair Decision Making and Problem Solving. *The Psychology of Problem Solving*.
- Statman, M. 1995. A Behavioral Framework for Dollar-Cost Averaging. *Journal of Portfolio Management*, Vol. 22, pp.70 – 78.
- Taylor, S.E & Brown, J.D. 1998. Illusion and Well Being: Social Psychological Perspective on Mental Health. *Psychological Bulletin*, Vol.103, pp.193-210.